

# 集客デザイナー養成講座

デザインから制作～Webマーケティングまで学びオールインワンで  
販促を行える市場価値の高いスキルを身に着けましょう！



2020/5/3 (sun)  
アジェンダ

特別編

# 本日のおおまかなスケジュール

14：00～ 講義  
(アフィリエイト×広告運用について等)

16：30 参加者の悩みや共有、ワーク等

17：00 終了

## コンテンツ

- Web広告運用を体感するための3つの手段とメリットデメリット
- アフィリエイトとは？
- 様々なアフィリエイト  
(メルマガアフィリエイト、ブログアフィリエイト、動画アフィリエイト、自己アフィリエイト、オプトインアフィリエイト、記事LP×広告等)
- 商品選定基準およびASP紹介
- 広告媒体選定 (Google広告、Facebook広告、Instagram広告)
- 記事LP作成方法 (リサーチ&ライティング)
- リード獲得方法 (リスト取り、オプトイン)
- 広告運用方法 (PDCAサイクル回し方) と今後の流れ

# Web広告運用を体感するための 3つの手段とメリットデメリット

広告の運用を体感するには3つの手段しかありません。

- ・クライアントがいて（または獲得して）広告運用代行を行う  
・・・【**クライアントワーク**】
- ・自分の事業やコンテンツを持っていてそちらに広告をかける  
・・・【**自社コンテンツ**】
- ・クライアントがいなくて自分の事業がない、販売代行事業を行う  
・・・【**アフィリエイト**】

## 【クライアントワーク】

クライアントの事業の為に販促活動（ここでは広告運用）を行う。  
事業に対しての販促支援となるため業者という見られ方ではなく、  
ビジネスパートナーとしての見られ方となり責任を負う分、社会的地位の高い仕事ができる

- ・ **メリット** ⇒ 毎月クライアントから運用手数料をもらいながら継続収入を得られる  
成果が出れば、広告費の増額、長期的に付き合うことができる。  
同じようなクライアントがいる場合は収入の柱が何本もできる。

広告費や制作費は基本クライアントが負担、担当者は  
運用のみを行うため金銭的負担なく経験値を積むことができる

- ・ **デメリット** (リスク) ⇒ クライアントにリテラシーがない場合はうまく教育を  
してあげる必要があり、労力と時間がかかる。

獲得までに時間がかかる（見込顧客を見つける時間と労力）  
クライアントマターとなり、先方次第で進行が遅れることもアリ。

成果などが出ない、広告費超過、レポートなど報告がなく  
不透明な運用の場合はクレームなどが生じる。

最悪、広告費&運用手数料の返金、場合によっては  
損害賠償請求などもある。

## 【自社コンテンツ】

自身のビジネスを持っていて（商品、サービス、店舗など）その売上を上げるために広告を用いて販促活動を行うことをここでは指します。

- ・ **メリット** ⇒ 自身のビジネスなので売上と収入、収益に直結する広告運用ができる。  
（売上が伸びれば広告費を自分の意志で増額ができる）

他社を入れていないので、利益率が高い。

うまくいけば同業種に対してコンサルティングができる。

- ・ **デメリット** ⇒ 広告費や制作費は基本、持ち出し（自己負担）  
（リスク） 成果が出ない場合は赤字になるリスクあり

本業に時間を取られてなかなか思うように運用の時間が取れない。

自身のビジネスのみの広告運用なので単純に広告運用のスキルを磨ききれない。（他業種などがわからない）

## 【アフィリエイト】

商品やサービス、コンテンツなどをASP（アフィリエイトサービスプロバイダ）より選定し、売り方を決めて自由に販促活動を行える。報酬は基本は成果報酬。

- ・ **メリット** ⇒ 自分の興味、関心のある商品やサービスを自分なりの売り方で販売できる。複数の商品やサービスを平行して販促活動を行えば、副業としても成立し、収益によっては本業として独立起業も可能。

広告を使うことで爆発的な売上を上げることも可能。

様々な商品やサービスの売り方を考えるため、さまざまなビジネスや業種、業態に対しての理解や知識を得ることができる。

- ・ **デメリット** ⇒ 広告費や制作費を行う場合は基本、持ち出し（自己負担）  
（リスク） 成果が出ない場合は赤字になるリスクあり

広告などを用いない場合は時間と労力がかかる。

成果が出ていたのに選定した商品やサービスが突然、販売終了になることもある。



アフィリエイトとは？

## 【アフィリエイト】

商品やサービス、コンテンツなどをASP（アフィリエイトサービスプロバイダ）より選定し、売り方を決めて自由に販促活動を行える。報酬は基本は成果報酬。

### 例：A8.net

#### アフィリエイトの仕組み



代表的なASP：A8.net、afb（アフィリエイトB）、アクセストレード、バリューコマース、JANet、レントラックス、FamAD、Link-Aなど

アフィリエイト登録（メディア登録）をして、売りたい商品を選定し、申請を出して承認が下りれば専用のアフィリエイトリンクが発行される。そのリンクをもとに販促を行う。

# 様々なアフィリエイト手法について

## 様々なアフィリエイト手法があります。

1. **メルマガアフィリエイト** ⇒ 1発のメールで数十件成約することがある。  
リストが集まるまで時間がかかる。教育が必要
2. **ブログアフィリエイト** ⇒ アクセスが集まれば持続的に商品が売れ続ける。  
アクセスを集めるまでが時間と労力がかかる。
3. **SNSアフィリエイト** ⇒ SNSの投稿で商品紹介をする方法。  
個人アカウントだと嫌がられる
4. **動画アフィリエイト** ⇒ YouTubeを使ったアフィリエイト。顔だし、顔出さない  
など様々なアプローチ手法あり。動画制作に  
時間がかかる、チャンネル登録者数がないと売れない
5. **PPCアフィリエイト** ⇒ 広告を使ったアフィリエイト全般。お金でアクセスを  
買うため、即効性あり。費用対効果が出ない場合は  
赤字になる、記事作成労力あり
6. **オプトインアフィリエイト** ⇒ リード獲得（リスト取り）のアフィリエイト。  
メールアドレスを登録してもらっただけで報酬が  
得られる。アクセスを集めるために  
他 広告をかける必要あり？

## 【PPCアフィリエイト】

手法は大きくわけて2つ

- ・ 検索連動型広告を使ったSerch（サーチ）×記事LPのアフィリエイト
- ・ フェイスブック広告やインスタグラム広告などSNS広告×記事LPを使ったアフィリエイト



インターネット広告を始めたい方 - 少ない  
~~広告費~~ 増える仕組みをリスティング広告で構築します。日  
 究果のグローバルレポート 世界11カ国でサービス展開 電  
 サービス 運営 リスティング広告運用代行、デジタルマ  
 よくある質問 等々 流れ 料金体系 運用実績 会社概要

広告には「**広告**」  
 というテキストが入る



▲ 検索連動型広告（Google広告）

▲ フェイスブック広告（インスタグラム広告）+ 記事LP

## 【PPCアフィリエイト】

- ・ **メリット** ⇒ 広告費を払ってアクセスを買っている点からデータの取得が早く、スピード感もって記事の修正、改善ができる。

様々な商品から売れるものを見つけられて売れるようになれば  
広告費を増額し、アクセルをかけることができる。

広告が止まらなければ収益化に成功している場合、  
半自動的に収益が継続化される

- ・ **デメリット** ⇒ 商品や案件選定し、リサーチや記事作成（切り口選定）に時間がかかる  
記事サイトを作成する必要あり（サーバー契約、ドメイン契約等）

ユーザーの消費欲求をあおらないと売れない（または成約しない）

費用対効果が出ない場合は赤字になる。

成果を追うにはスピード感を持った修正、改善が必要!!  
取り上げた風（ネイティブアド）のような見せ方が重要

## 【オプトインアフィリエイト】

特定のページ（通称ランディングページやオプトインページと言われる）をブログやメルマガ・ソーシャルメディアなどで紹介し、そのページ経由でメールアドレスの登録があった場合にアフィリエイト報酬が発生するというタイプのアフィリエイト。

WEBデザイナーを「稼げる職業」にアップデートしました

売れる **デザイン** × 勝てる **広告** × 心をつかむ **脳科学**

年収 **1,000万円** も可能

未経験から **3ヶ月** でクライアント獲得

を駆使するWEBデザイナーの進化系 **集客デザイナー**

期間限定11月30日まで

収入・働き方・なり方・裏側を **無料オンライン講座** ですべてお伝えしています。

メールアドレス

**今すぐ無料で登録する**

堀江貴文のビジネスマスターシークレット：秘密の4つの情報源

**Business Master Secret**

**堀江貴文ビジネスマスターシークレット**

33歳にして0から1,000億円企業を作ったビジネス覇者の秘密

**間もなく、このページは削除されます。**

堀江貴文が次々と儲かるビジネスモデルを作り出していく、秘密の4つの情報源を公開。

11月26日までの期間限定！特別映像“無料”プレゼント！

映像を無料で手に入れるためには、こちらに苗字とメールアドレスを入力して登録して下さい。

苗字  姓: 山田

メールアドレス

※1字でも間違えると登録できません。半角英数字で入力してください。

**登録する**

※Yahooメール、Hotmailなどは、届かなくなっていますので、フリーメールアドレス以外で登録をお願いします。

※登録メールアドレスでは、登録できません。PCのメールアドレスをご登録ください。

この映像を見ると・・・

- 近い将来、高確率で実行するビジネスを誰よりも先に見つけ、先行者利益を取って大きく儲けることができます。
- 既存のビジネスに新たなアイデアを組み合わせ、高収益のビジネスに変えることができます。

この映像の中で語られることは・・・

- 儲かるビジネスアイデアを得る、一番おトクな選び方
- 売れないミュージシャンを使って月収3,000万を生み出す1つのビジネスモデル

投資初心者から お金を増やすための **応援** サイト

メール会員募集中 (おかげさまで登録有数) **現在38,265人**

**無料登録**

「見る度に口座の残額が増えていく!!」  
こっそりと、この秘密を知る人だけがふところを温めてきた。

**スマホ1つで! 夢の不労所得をえる秘密。**

寝ていても、遊んでいても、誰でも同じように勝手にお金が増えていく!

そんなお金増やしの裏技を **あなたも知りたくありませんか?**

このメルマガでは、その方法を「イチからお教えます!」  
**登録は完全無料!**

**完全自動!!**寝ている間にお金がどんどん増えていくヒミツの方法をココだけで教えます。

苗字

E-mail

▲オプトインランディングページ



## 【オプトインアフィリエイト】

- ・ **メリット** ⇒ 記事作成や商品、案件リサーチなどはほぼ不必要

自社メディア（メルマガやブログ、YouTubeなど）持たれていれば  
そこで軽く紹介し、オプトインが可能。

ユーザーもメールアドレス（またはLINE）を登録するだけ、といった  
労力をかけずに登録が可能なのでハードルが低い

広告をかければうなくいけば半自動的に収益化が可能

- ・ **デメリット** ⇒ オプトインランディングページが怪しいと広告アカウントが停止w

1件あたりの獲得単価（CPA）との闘いなので、費用対が合わないと赤字

競合が多い際にはラストクリック型が採用されるため、知らず知らずに  
競合のアシストCVに繋がっている可能性あり

同じく成果を追うにはスピード感を持った修正、改善が必要!!  
クリエイティブや訴求切り口が命、数パターン大量に試すべき



# 商品選定基準およびASP紹介

## 商品選定力が成果に大きくかかわってくる！ (PPCアフィリエイト)

商品選定する上で重要な視点は3点

- アフィリエイト報酬単価 ⇒ 報酬単価 5000円以上
- 情熱をもって商品、見込顧客のリサーチができるかどうか？  
⇒ なるべく市場規模が大きく  
潜在的な悩みがあるものが  
相性がいい！
- SNS広告（またはアドネットワーク等）で売れている商品か？  
⇒ ASP担当者に確認！SEOやPPC  
ではなく、FB広告やアド系で  
のCVR（成約率）を確認！

その他、本サイトLPの質や  
承認率や振り込みサイクルなど

## おすすめのASP (アフィリエイトサービスプロバイダ)

1. **FamAd** [http://f-ing.co.jp/fam\\_ad/media\\_entry/?introduction=CVNISTA](http://f-ing.co.jp/fam_ad/media_entry/?introduction=CVNISTA)
2. **Link-A** [https://link-a.net/partner\\_apply\\_new\\_input/](https://link-a.net/partner_apply_new_input/)
3. **Afb (アフィリエイトB)** <https://www.afi-b.com/>
4. **レントラックス** <https://manage.rentracks.jp/manage/login>
5. **アフィリエイトスターズ** <https://8-stars.net/cl/7oxrBZ/u1/>

他 ASPは基本、広告運用×アフィリエイトをやってくれる人たちを優遇（特別単価など）また、タグ関連などを張ってくれる

## おすすめのASP (アフィリエイトサービスプロバイダ)

### 1. FamAd

### 2. Link-A

⇒ 商品点数多い。美容系や健康食品、サプリ系や育毛系など悩み系商材などが豊富。  
資料請求系やリード系もあり

### 3. Afb (アフィリエイトB)

※G.W.期間サポート??  
※WFサポートなし

### 4. レントラックス

### 5. アフィリエイトスターズ

⇒ オプトインアフィリエイトあり  
(WFのメルマガなど)  
※G.W.期間サポートあり  
※WFサポートあり

他

ASPは基本、広告運用×アフィリエイトをやってくれる人たちを優遇 (特別単価など) また、タグ関連などを張ってくれる

# 広告媒体選定

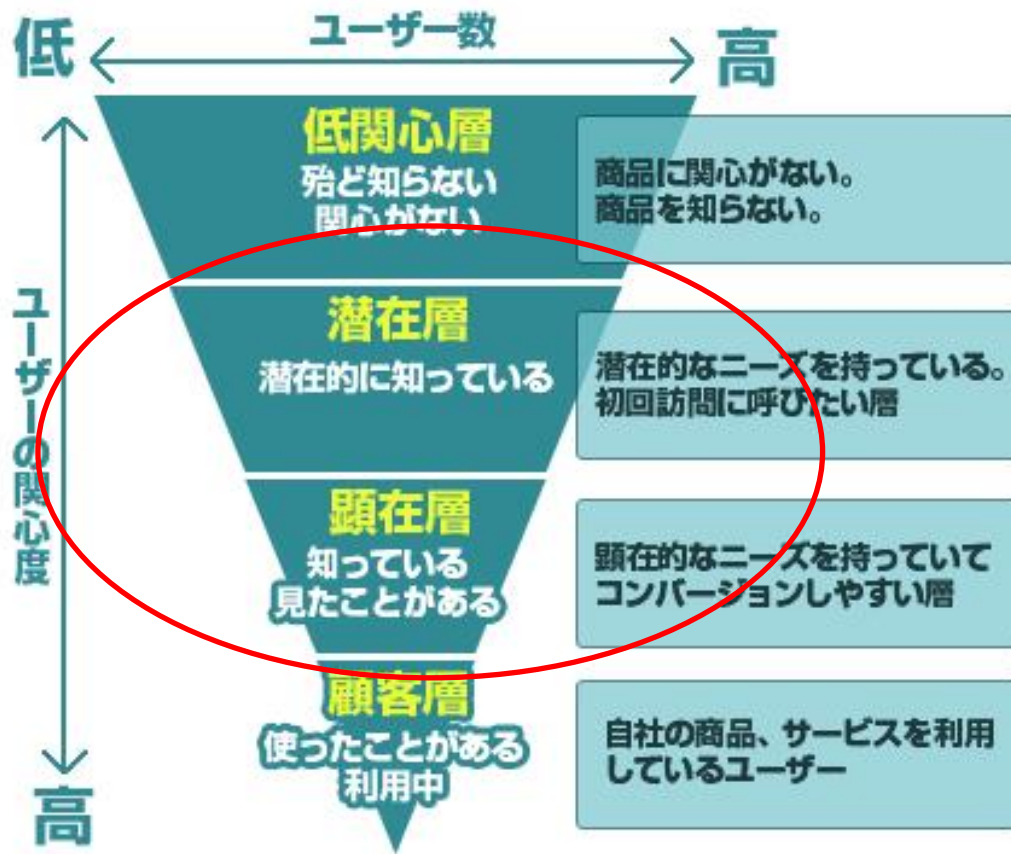
(グーグル広告、フェイスブック広告、インスタグラム広告)

顕在層 (Google広告)



潜在層 (フェイスブック広告&インスタ広告)

※ヤフー広告はアフィリエイトがほぼNGとなっています。



純広告（バナー広告）や  
インプレッション課金型広告、  
動画広告など認知施策

コンテンツ連動型広告  
→ディスプレイアドネットワーク（YDN、GDN）  
フェイスブック広告、インスタグラム広告  
ツイッター広告などのSNS広告

検索連動型広告  
→リスティング広告（SS、G-serch）、  
リマーケティング広告

リマーケティング広告  
メール広告（メールマガジン）、  
LINE@など追客施策

# 記事LP作成方法

(リサーチ&ライティング)



# 記事LPについて

広告とLPの間に挟む記事風のページ

Web広告

YAHOO! JAPAN プロモーション広告

Google AdWords

facebook Ads

記事LP

知ってた？ 第一印象の7割は「髪」で  
決まってしまうって



アンケートを取ったところ、7割の人が【髪】を気にしているって知っていましたか？



LP

日本初!  
COSMOS  
取得

頭皮のフケもかゆみも  
もう悩まない!

石油系乳化剤 0% シリコン 0% 天然由来 98%

有名女性誌...

## 記事LPと他の記事との違い

記事LP

知ってた？ 第一印象の7割は「髪」で決まってしまうって

2027 0 2027  
シェアする 保存する ツイート 共有する



アンケートを取ったところ、7割の人が【髪】を気にしているって知っていましたか？

男性

気にしない	35%
気にしている	65%

原因や悩みの顕在化  
ニーズ&ウォンツを高める

ブログ、キュレーションサイトにあるような記事

ブログや記事

こうやって解決すればよい、といった  
具体的な解決方法など結果を伝える

## 記事LPと他の記事との違い

## 記事LP

知ってた？ 第一印象の7割は「髪」で決まってしまうって

2027 シェアする 0 コメントする 2027 いいね!



アンケートを取ったところ、7割の人が【髪】を気にしているって知っていましたか？

男性

85%: 気にしない

65%

ファーストビューに  
商品の説明感はない

## 通常LP

日本初! COSMOS 取得  
オーガニック世界基準

むずむず、かきかき、ぶつぶつ

頭皮のフケもかゆみも  
もう悩まない!

石油系乳化剤 0% シリコン 0% 天然由来 98%

有名女性誌

ファーストビューに  
商品の説明がある

# ◆ストーリー型（体験談風・レビュー風）

知らないと損！健康を気にするなら「体重」より「体温」だった！

<http://shoppinglist.cc/?p=2406>

知らないと損！健康を気にするなら「体重」より「体温」だった！



月に一度は風邪をひいてるといっても過言ではないくらい風邪をひきやすいうちの主人。  
風邪ばかりひいていては仕事に支障がでますし、何より周りにも迷惑をかけているような...  
インフルエンザの流行も今から心配です...  
そんなあるとき、雑誌に気になる見出しが.....

「冷え」が不調や病気を招いている！



- 1.導入部分
- 2.悩みを思い起こしたきっかけ
- 3.衝撃の事実
- 4.流行している理由
- 5.悩みの原因
- 6.解決法（商品紹介）
- 7.簡単に解決する方法
- 8.事例（客声やビフォア&アフター）
- 9.限定オファー
- 10.追伸

# ◆ベネフィット型

【2016年最新版】国内のオウンドメディア成功事例25選まとめと今後のトレンド  
<http://ownedmediacub.jp/lp/majo/inbound/>

【2016年最新版】国内のオウンドメディア成功事例25選まとめと今後のトレンド

2016年3月25日



<この記事の読了時間：約22分>

1. 芸能人などの利用例
2. 凄い商品してますか？
3. 手に入れた自分を想像させる
4. 実績（〇〇受賞・〇〇掲載）
5. 凄い商品とはどんなもの？
6. なぜ凄いのかのエビデンス
7. 実績2（客声）
8. 手に入れる未来
9. 限定オファー
10. 追伸

# ◆ノウハウ型（コンテンツ重視・価値提供型）

普通の会社員が元金30万から1億円稼いで気づいた株式投資3つの誤解

[https://kabumado.jp/nlp\\_sp/?afNo=1053](https://kabumado.jp/nlp_sp/?afNo=1053)

ハゲは負け組。薄毛は勝ち組…？知ってる知らないが運命の分かれ道

<http://ownedmediacub.jp/lp/majo/omegapro-01/>

ハゲは負け組。薄毛は勝ち組…？知ってる知らないが運命の分かれ道

2016年12月1日

0 0 0 0

最新情報を随時更新していくのでぜひブックマークをしておいてください

ブックマーク 0



株の学校ドットコム  
KABUMADO.COM

普通の会社員が元金30万から1億円稼いで気づいた株式投資3つの誤解

2017年3月24日(金) From 東京都港区 コメント

0 0 0 412

Share Tweet B! はてな kabumado Google+ 412



<記事全体の読了時間：約9分>

53万人以上が選んだ株式投資のバイブル株の学校ドットコム【無料】メール講座

いますぐ参加する

1. 凄いなノウハウを紹介します。
2. 実績について言及
3. 悩みの原因の解説
4. 解決法（意外な方法か手軽な方法）
5. 悩みを解消した人の声
6. 具体的な方法（商品を関連付ける）
7. 商品を紹介
8. 限定オファー

どちらも共通して言えるのは

注意を引いて ⇒ 教育をして ⇒ 成約



母数の少ない【今すぐ客】にアプローチしているのではなく、圧倒的母数の多い【潜在客】に対してアプローチしているため、ニーズ&ウォンツを高める必要がある

リサーチ方法や記事作成方法については  
2020年3月に行った集客デザイナー養成講座の  
リアルセミナー（オンライン）または  
Udemy（ユーデミー）の  
成約率の高いLP構築法 × 爆発的に売り上がるWeb広告運用術  
のセクション4～5を見なおしていただけると幸いです。



# SNS広告など 潜在顧客層から成約に至るまで

SNS広告出稿&興味を持って  
もらうための広告画像&広告文

潜在的なニーズを明確にし、  
欲求を高めて今すぐ客に変えるための記事LP



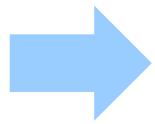
商品購入、サービス申込みのための  
LP構築、テスト



Web広告

記事LP

LP



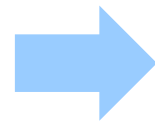
知ってた？第一印象の7割は「髪」で決まってしまうって

2027 0 つぶやく 2027

アンケートを取ったところ、7割の人が【髪】を気にしているって知っていましたか？

男性

気にならない 65%



日本初! COSMOS 取得

頭皮のフケもかゆみも もう悩まない!

石油系乳化剤 0% シリコン 0% 天然由来 98%

有名女性誌

誘導率：目標20%

30%良いよね

40%は爆発

# リード獲得方法

(リスト取り、オプトイン)

## リード獲得案件

アフィリエイトスターズ（<https://8-stars.net/cl/7oxrBZ/u1/>）内に登録されている

- ・ WF メルマガ登録キャンペーン
- ・ マーケティングライター リード獲得キャンペーン

を選んでアフィリリンクを発行してもらえれば  
即、オプトインアフィリエイトが可能！

### 【手順】

1. 上記リンクからメディア登録を行う
2. アフィリエイトスターズのスタッフが否認にしない様に、  
サイト概要欄に「**ウィニングフィールドの勝原さん紹介で登録しました**」と記載してもらえれば審査は通ります。
3. パートナーログインをしてもらい、  
「**広告管理**」⇒「**未提携広告**」⇒「**キーワード検索**」で  
上記の赤字の文言を打ち込むと案件が出てきます。
4. それぞれ案件の下に「**提携申請をする**」のボタンを押したら  
提携完了です。※提携とは審査をしてくれ、という申請です。
5. そうすると提携完了になり、サイトの一番したの欄に「**掲載用URL**」とあるので  
それがあなた専用のアフィリエイトリンクとなります。

The screenshot shows the Affili8 website interface. At the top, there are two login options: 'パートナーログイン' (Partner Login) and '広告主ログイン' (Advertiser Login), both with email and password fields. Below the login forms is a navigation menu with links for 'TOP', 'はじめての方へ' (For new users), 'よくある質問' (FAQ), '利用規約' (Terms of Use), and 'お問い合わせ' (Contact Us). The main content area features a 'Welcome to Affili8stars!' message with a 'はじめての方へ' (For new users) section containing links for 'アフィリエイトってなに?' (What is affiliate marketing?), '報酬獲得までの流れ' (Flow of earning rewards), '必要なものは?' (What do I need?), and '登録方法' (Registration method). There are also 'おすすめ広告' (Recommended ads) and 'お知らせ' (News) sections.

# 広告運用方法

(PDCAサイクル回し方)

## 広告運用方法（PDCAサイクル回し方）について

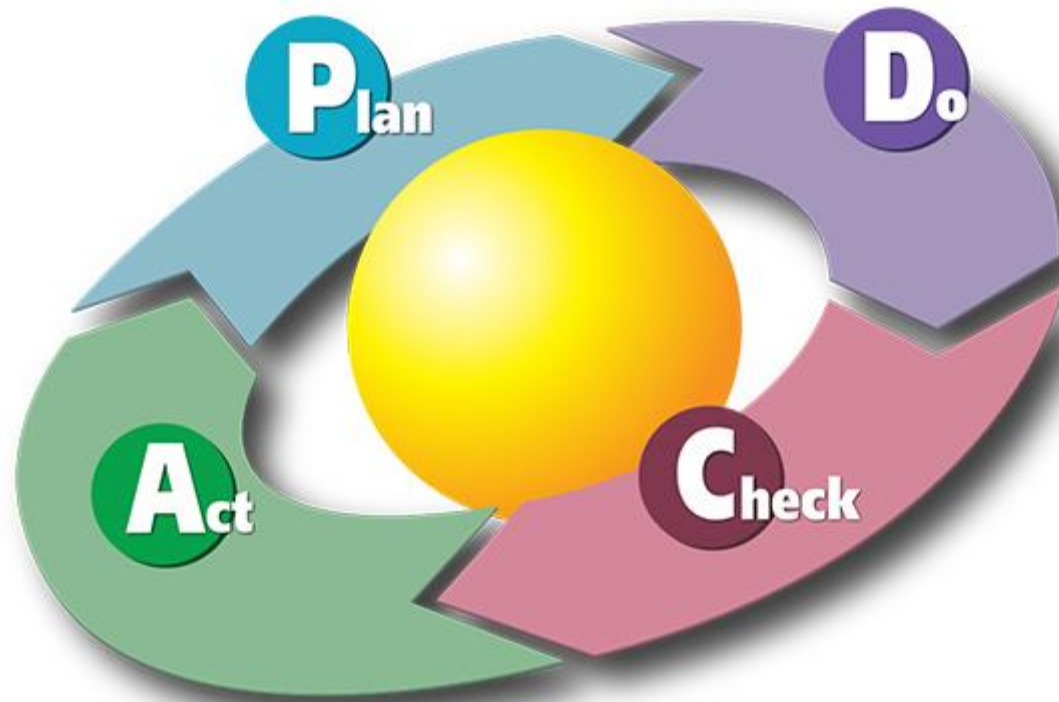
フェイスブック広告においてタグ関連が仕込めない場合は「**トラフィックキャンペーン**」にて配信、タグ回りが仕込める場合は「**コンバージョンキャンペーン**」で配信を行ってください。

グーグル広告の場合はタグが仕込める、仕込めない関係なく最初は「**クリックの最大化**」という自動入札などを選んでアクセスを集めましょう。CV（コンバージョン）が取れ始めたら「**コンバージョン数の最大化**」を選びなおしましょう。

**広告の運用は人それぞれ！！**

正しいやり方というのはありませんが、市場に答えを聞きながら修正、改善を行い反応を取れ続けることが正解の運用といえます。

FB広告の成功の近道は、、、



PDCAサイクルのスピードが鍵！！

## どのようにパフォーマンスを上げるのか？

1. 画像テスト
2. タイトルテスト
3. 最強のクリエイティブができ次第
4. スライド&動画クリエイティブで低単価で大量に見込み顧客を集める

PDCAサイクルはだいたい1~2日かのぞましい



# 鉄板クリエイティブを見つけるとどうなるか？

画像&見出し文  
のABテストを繰  
り返す



クリエイティブの  
チャンピオンが決  
まる



沢山リーチが伸びて安い  
CPC (クリック単価)  
で高いCTR (クリック率)  
が得られる

CPC  
Cost Per Click

結果、沢山  
クリックが  
取れる

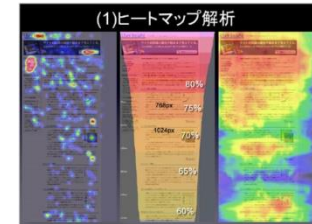
沢山クリックが  
取れる →  
安く沢山アクセ  
スを流せる



沢山見込顧客がサ  
イトに訪れる



正解 (CV) を動き  
で教えてくれる



LPOツールを使いつつ、広告と  
の整合性を取っていく



成約率 (CVR)  
が高まっていく



日予算を上げて成約  
数を上げていく



結果、安い広告費で売上を爆発させることができる！！！！

# 今後の流れ

# 広告運用がスタートした後のグループオンラインMTGについて

広告の設定方法についてはUdemyの動画コンテンツを見ながら設定を行ってください。

設定が出来たら声がけ ⇒ 広告運用グループに招待、設定回りをスタッフが確認、

問題なければ広告配信GO!! ※日報、週報シートの記載をしてください。

基本は2~3人で毎週定期的な時間帯を決めて、約40~60分ほどでZoomにてオンラインMTGを行っていきます。



▲ ZoomでのMTG

	全額合 合計広告費	他	合計CV数	フェイスブック広告				CV数	CPA	広告費	備考	
				リマ数	imp	リマ数	すべてのCTR					すべてのCPC
第1週	4/20~5/5	¥8,833	0	6,426	7,683	195	2.55%	45	0	#DIV/0!	8,833	
第2週	5~12	¥13,986	0	6,828	9,722	458	4.71%	31	0	#DIV/0!	13,986	
第3週	13~19	¥14,018	0	6,318	9,304	728	7.82%	19	0	#DIV/0!	14,018	
第4週	20~26	¥14,013	0	7,319	8,852	704	7.95%	20	0	#DIV/0!	14,013	
5月	第5週	27~6/2	¥14,088	1	7,163	8,487	717	8.45%	20	1	14,088	14,088
第6週	6/3~9	¥21,045	2	12,452	14,276	1087	7.61%	20	2	10,973	21,945	
第7週	10~16	¥14,992	3	9,138	10,363	810	7.92%	19	3	4,997	14,992	
第8週	17~23	¥17,836	0	12,282	14,396	1199	8.33%	15	0	#DIV/0!	17,836	
6月	第9週	24~30	¥26,081	2	12,796	14,813	1096	7.40%	24	2	13,041	26,081
第10週	7/1~7	¥15,950	0	7,792	8,903	755	8.48%	21	0	#DIV/0!	15,950	
第11週	7/8~14									#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
第12週	7/15~21									#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
第13週	7/22~28									#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
7月	第14週	7/29~								#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

開始日	本日	経過日数	合計CV数	1日平均CV数	平均CPA	合計広告費	広告費/日
05/02		7/14/2019	73	12	0.16	¥14,428	
当月広告	¥1,173	130.00	9.22%	1,507	4,436	8.60	¥11,397

FB	目標達成率	40%	70%	3.4	2.3%	5.8%	5%	手控	手控	メモ
リーチ	Imp	クリック	コンバージョン	CPA	CTR (全)	CTR (見込)	CV率	手控	手控	メモ
5/1 水	1,537	1,759	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0	0	
5/2 木	1,771	1,988	1	4.35%	23	38	87.7	0	#DIV/0!	1-7:25頃
5/3 金	1,312	1,396	2	5.41%	24	43	88.6	0	#DIV/0!	3-4:7頃止
5/4 土	1,145	1,245	1	5.26%	19	33	102.0	0	#DIV/0!	11:2:5頃止
5/5 日	1,279	1,391	1	6.25%	16	32	121.1	0	#DIV/0!	60分未満で配信
5/6 月	1,367	1,490	2	6.00%	25	56	87.8	0	#DIV/0!	1.1:シネマ
5/7 火	1,266	1,438	2	5.81%	37	71	85.5	0	#DIV/0!	7:30頃、機嫌がトホ
5/8 水	1,308	1,475	2	5.00%	40	67	85.0	0	#DIV/0!	設定変更、記事更新
5/9 木	1,362	1,446	2	5.00%	46	96	81.1	0	#DIV/0!	設定更新、機嫌
5/10 金	1,247	1,379	2	6.67%	36	82	87.2	0	#DIV/0!	機、様子見
5/11 土	1,091	1,093	1	5.00%	29	63	86.6	0	#DIV/0!	設定更新、機嫌
5/12 日	1,091	1,093	1	4.00%	25	49	83.3	0	#DIV/0!	設定更新、機嫌
5/13 月	1,198	1,367	3	7.32%	41	137	85.0	0	#DIV/0!	設定更新、機嫌、記事シート、リンクを文字化
5/14 火	1,232	1,358	2	6.25%	32	124	86.6	0	#DIV/0!	設定更新、機嫌、記事、成長期が変化
5/15 水	1,266	1,373	2	5.81%	29	121	85.5	0	#DIV/0!	設定更新、記事更新
5/16 木	965	1,054	2	3.40%	29	88	87.1	0	#DIV/0!	設定更新、記事更新
5/17 金	1,176	1,548	4	13.75%	29	154	874	0	#DIV/0!	設定更新、記事更新
5/18 土	1,343	1,487	1	3.13%	32	193	88.1	0	#DIV/0!	設定更新、記事更新
5/19 日	1,372	1,485	1	10.54%	29	193	86.6	0	#DIV/0!	設定更新、記事更新
5/20 月	1,258	1,364	1	3.57%	28	94	87.0	0	#DIV/0!	設定更新、記事更新
5/21 火	1,348	1,448	7	13.75%	51	147	84.0	1	¥2,033	記事LP、セブについてを最終に合わせて更新
5/22 水	1,147	1,293	6	22.73%	22	96	89.2	0	#DIV/0!	なし
5/24 金	1,139	1,227	1	2.86%	35	128	89.1	0	#DIV/0!	1:25:5頃、記事更新

▲ 日報&週報シート



最後に

ビジネスで最も重要な事・・・それは、お客様のニーズを満たす事。

ビジネスで最も困難な事・・・それは、お客様の本当の声を聞く事。

Web広告出稿によって取れる『データ=数字』は、  
お客様の【行動】がベースとなった【本当の声】です。



【□】は嘘を付きますが、【行動】は嘘を付かないですよね？

お伝えした通りインターネットはまだまだ進化します。  
**Web広告市場は毎年10%以上の伸びています。**



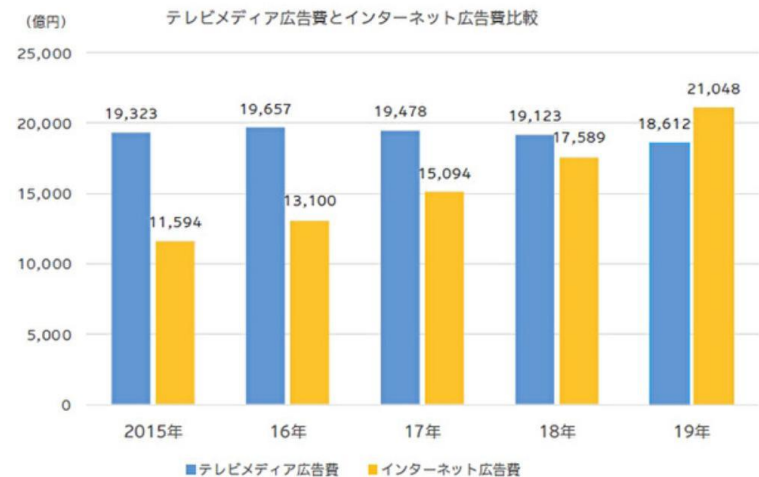
## 広告費、初めてネットがテレビを上回る、電通「2019年日本の広告費」

BCN 384

電通は3月11日、日本の総広告費と、媒体別・業種別広告費を推定した「2019年日本の広告費」を発表した。日本の総広告費は、6兆9381億円で8年連続のプラス成長を記録。インターネット広告費は2兆1048億円で、1兆8612億円のテレビメディア広告費を初めて上回った。マスコミ四媒体広告費（新聞、雑誌、ラジオ、テレビ）の2兆6094億円に迫る勢いであることが明らかになった。

2005年 2006年 2007年 2008年 2009年 2010年 2011年 2012年 2013年 2014年 2015年 2016年

## 2019年のインターネット広告費は2兆1048億円



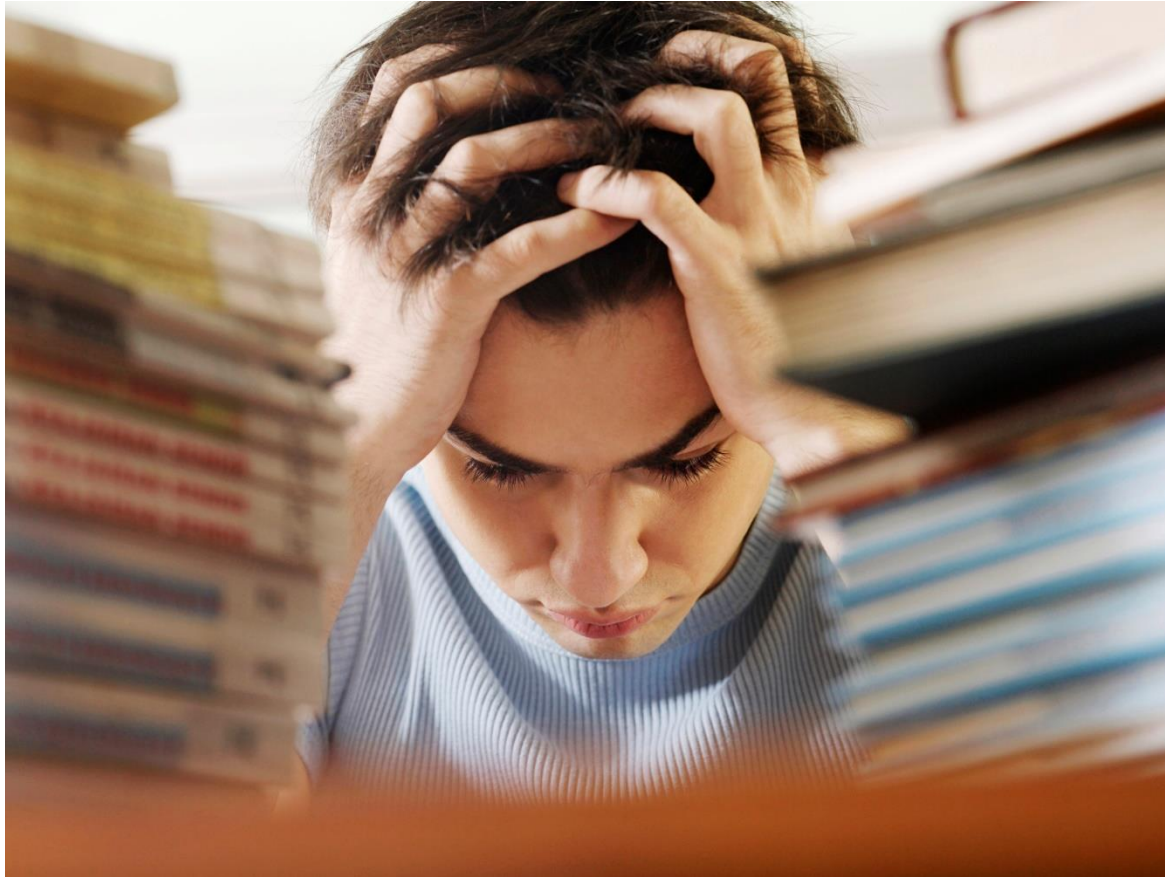
出典：BCN 3/11(水)

## 新聞、雑誌、ラジオも合わせた「マスコミ4媒体」の広告費は5年連続減少

出典：ロイター 3/11(水)



ですが、それでもWeb広告にお金をかけることなどクライアント含め足踏みする人たちがいます。



その理由として「難しそう」だとか、「広告費がかかる」など言われています。

この『**広告費がかかる**』をよく耳にします。

ただ他の手段だと『**時間と労力**』が膨大にかかりますので  
広告費と時間と労力をそれぞれ同じ

### 【コスト】

だと考えた場合に、私はそこまでの欠点には思えません。

むしろ、数ヶ月もの時間と労力を『**広告費**』で賄えるとすれば  
『**お金が出て行くこと自体**』は欠点ではありません。

そこから

### 【費用対効果】

を生めない人がデメリットとと思っているだけです。



そしてアフィリエイトにおいては  
ついつい「稼ぐ」ことに焦点があたりがちです。

「稼ぐ」ことを目的としてしまうと、上手くいかなかった際には

稼げる、稼げない【だけ】の判断で物事を見始めます。

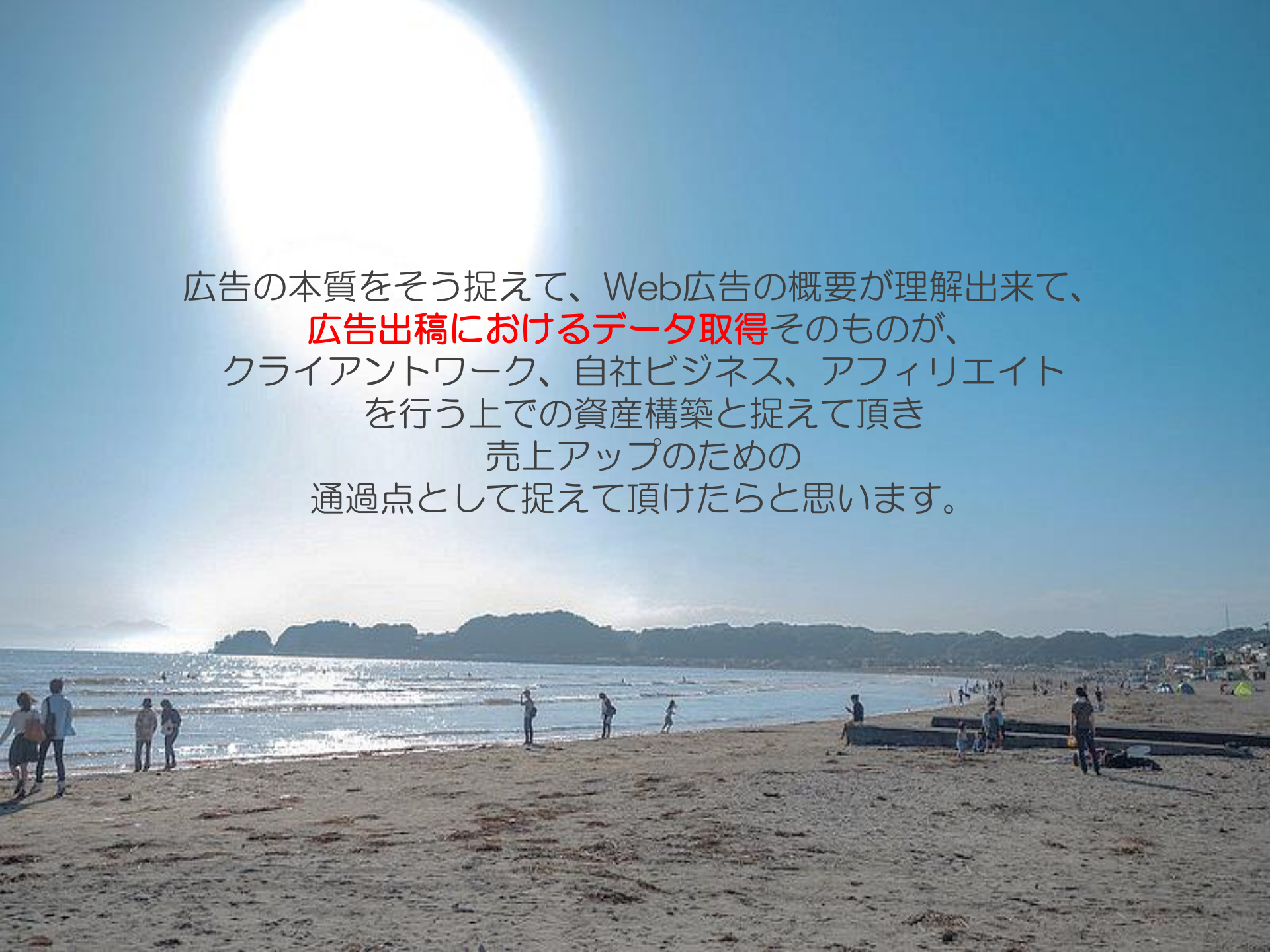
この視点で物事を見始めると人は一過性ですぐに結果が出やすい

### 【手法】や【ノウハウ】

に飛びついてしまい、時期や時代によってそれが通用しなくなった際に、  
**【難民】** となって借金などしたりノウハウコレクターなどといった  
わけのわからないことに走ってしまいます。。

テクニックだけに頼らないWebマーケティングの本質・構造が分かれば、  
いくら時代の流れが早くともあなたの培ったスキルという“資産価値”は変わりません。

集客力×販売力という「手に職」をつけ、“生涯価値の高いスキル”を手に入れば、  
何があっても大丈夫です。



広告の本質をそう捉えて、Web広告の概要が理解出来て、  
**広告出稿におけるデータ取得**そのものが、  
クライアントワーク、自社ビジネス、アフィリエイト  
を行う上での資産構築と捉えて頂き  
売上アップのための  
通過点として捉えて頂けたらと思います。

# 本日のおおまかなスケジュール

14：00～ 講義  
(アフィリエイト×広告運用について等)

16：30 参加者の悩みや共有、ワーク等

17：00 終了